

# 个人消费信贷的风险防范

● 刁诚诚

**摘 要** 文章探讨个人消费信贷风险的防范对策,就正确把握和控制个人消费贷款中的风险,必须防止三个方面的误区展开深入研究。

**关键词** 个人消费信贷 风险种类 防范对策 误区

中图分类号:F830.589 文献标识码:A  
文章编号:1004-4914(2010)07-192-03

近年来我国金融业发展较快,各级银行机构遍布全国,人民银行、国有商业银行、股份制银行和地方性商业银行及外国银行构成了我国庞大的银行体系,成为我国金融业务发展的坚实基础。随着社会医疗、养老、保险等制度的日益成熟,消费需求结构的变化和居民收入预期的提高,以原始积累的方式进行消费的传统观念正逐步被信贷消费理念所取代,越来越多的居民开始接受消费信贷服务,进行信贷消费。

目前,消费信贷已经成为中国商业银行的一项重要业务,各家银行纷纷将消费信贷业务从原来的信贷业务中独立出来,设立了零售业务部、个人金融部、住房信贷部、银行卡中心等,专门从事和管理各类消费信贷,借此提升自己在金融资源竞争中的地位。由于发达国家银行消费信贷占贷款总额的比例通常在 30%~40%,未来几年中国的资本市场将为企业提供更多的直接融资,作为公司贷款业务减少的一种补偿,中国银行业必然会大力发展消费信贷。现在中国银行业已全部成为股份制银行,这种制度变迁有利于拓展消费信贷业务。以公司理财和个人理财为核心的个性化金融服务,

将推动消费信贷产品的创新,细分行业、阶层、性别、风险偏好的各具特色的产品将纷纷登台。

个人消费信贷业务主要是指商业银行将资金借贷给个人或家庭使用 and 消费,在约定时间内收回并按一定的利率计取利息的信贷业务。从 1998 年该业务开办发展至今,一方面,业务范围得到了较快的扩大,这些贷款业务主要建立在稳定合法的个人经济收入与良好的个人社会信用基础之上,主要包括个人住房消费贷款(含二手房贷款)、个人住房装修贷款、汽车消费贷款、个人存(保)单质押贷款、个人耐用消费品贷款、个人助学贷款、个人留学贷款、个人旅游贷款等业务。有的金融机构还开展了个人小额信用贷款、个人综合授信额度贷款等业务。现阶段我国个人信贷消费结构上,个人住房贷款和汽车消费贷款占了相当比重,房地产、汽车等消费热点在一定程度上带动了消费信贷快速增长,在 2008 年就已分别占到了消费贷款增量的 61.85%和 19.64%。另一方面,在这样的高速增长支撑下,消费信贷在银行信贷资产中的比重不断上升。1998 年中国消费信贷余额占银行信贷总额的比重仅为 0.85%,2003 年,该比重为 9.9%,2008 年,该比重上升为 20%以上。

曾经被冠以“几乎零风险”美誉的个人消费信贷,已成为国内商业银行发展最快、竞争最激烈的新业务之一。但国家审计署有关审计报告显示,在审计金融机构资产负债损益时,除了发现票据市场管理混乱、民营关联企业骗贷突出、国有商业银行重大经济案件时有发生等广为人知的通病,个人消费信贷正成为新的

风险之源。

一、个人消费信贷风险的防范对策

(一)借款人的信用风险防范

1. 要建立一个覆盖全社会的个人信用体系,不断完善个人信用档案和信用记录,建立专业的个人信用评估和调查机构。在任何一个消费信贷业务中,其核心竞争力全来自于对每一笔放贷交易的违约风险经济而有效的控制。经济而有效地管理违约风险需要匹配健全的法律系统、合适的组织结构和先进的科技。此项技术的关键部分在于收集消费者信息并进行准确而可靠的风险评估。在消费信贷最成功的发达国家里,特别是美国,先进的计算机信息技术功不可没。现代的计算机信息技术不仅可以收集和储存大量的关于每一个消费者的数据,而且可以将这些数据中包含的信息加工汇总,使其简单精确、易于理解,实现智能化风险管理。这使得低成本、大规模的消费者信用评估成为可能。美国不仅拥有最大的消费信贷市场,而且拥有最为先进而复杂的消费者信用评估系统。美国消费信贷报告机构的存在使得贷款人能以合理的投入获得真实的申请人信用资料。贷款人可以通过专门搜集和保管申请人信用资料的商业性信贷报告部门获得申请人信用资料。

在我国可以在条件较好的城市为试点,逐步建立信贷报告机构,既减轻银行系统的调查负担,又保证调查的专业性和准确性。该体系的作用就是可以查验自然人的资信情况,能够监督、管理与保障个人的信用活动。这就需要设立专门的信用机构,商业银行将信用消费者日常在金融机构和商业机构的信用支付情况

业,由董事会授权或者企业章程规定的有关机构承担上述职责。(2)建立反舞弊机制。有效的反舞弊机制,是企业防范、发现和处理舞弊行为、优化内部环境的重要制度安排。企业要建立健全反舞弊机制,明确有关部门在反舞弊工作中的职责权限和协调机制,规范反舞弊调查处理程序,建立情况通报制度,及时防范因舞弊而导致内部控制措施失效、影响内部控制目标实现的风险。企业要完善投诉、举报管理制度,必要时可考虑设置舞弊举报热线,明确投诉、举报处理程序、办理时限和办结要求,确保投诉、举报成为企业反舞弊和加强内部控制的重要途径。企业要确保投诉举报管理制度及时、有效地传达至全体员工。

3. 提高企业领导的思想政治素质和法律意识。企业领导的思想政治素质、法律意识、道德观念等都直接影响着货币资金的管理。因此,企业各级领导应不断提高自身思想政治素质和法律意识水平,以国家集体利益为重,自觉遵守国家有关财经法规,端正经营意识,为下级做好榜样。

4. 加强会计人员素质教育。加强财会人员的素质教育,注重财会人员综合素质的提高。财会人员是经济业务处理工作的主要承担者,其素质的高低直接关系到会计信息的质量。只有提高财会人员的综合素质,使之正确行使国家赋予的职权,才能抓好各单位的内部会计控制工作,防患于未然。企业还应建立良好的用人机制和考核机制。财务部门应经常组织财务人员进行职业道德教育和财务知识培训,使其熟知会计法及

各种财务、财政法规,并深刻认识到舞弊行为给集体和个人带来的严重后果,教育财务人员应坚决抵制各种违纪、违规现象,严把资金关,确保企业资金能够得到及时、合理的使用。

总之,企业加强对货币资金的管理,应当结合自身的生产经营特点,制定相应的控制和监督检查制度,确保货币资金的安全性、合法性和效益性。

参考文献:

1. 李敏. 内部会计控制规范与监控技术. 上海财经大学出版社, 2003
  2. 罗建玉. 会计控制理论. 新华出版社, 2002
  3. 常海. 企业货币资金与内部控制. 2006
  4. 唐予华, 李明辉. 内部会计控制与会计信息与质量研究. 中国财政经济出版社, 2003
  5. 刘丽艳, 赵云丽. 加强企业货币资金内部控制的意义及途径. 冶金财会, 2005(5)
  6. 朱荣恩. 内部控制的方式. 中国审计, 2002(7)
  7. 贺凤珍. 试析货币资金的内部控制. 集团经济研究, 2006(23)
- (作者单位: 山西省公路局生活服务中心 山西太原 030006)  
(责编: 芝荣)

连续地提供给信用机构,由信用机构将这些信息汇同来自司法、税务等机构的公众记录加以整理、分析,记入该信用消费者的信用档案,当银行面对个人贷款申请时,可以从信用机构获得申请人的信用报告,并据此做出贷款与否的决定。该体系的建立可以在全社会形成讲求信用的良好社会风气,并使那些信用记录不良、意图骗贷的不法分子无处躲藏。

另外,可以引入国外金融机构普遍采用的“5C个人信用评分模型”即:品德(Character),能力(Capacity),资本(Capital),担保品(Collateral)和行业背景(Condition of business)结合我国个人消费信贷业务中的实际情况,建立适合我国应用的个人资信评估模型,以更好的反映个人资信水平。2003年9月1日起实行的个人结算账户和储蓄账户分开制度,将个人的信用情况更加准确地反映出来,无疑为信用体系的建设起到了一定的辅助作用。

2. 制定相关贷款优惠政策与申请者资信挂钩的办法,并规范收费标准。对于资信较好的客户,银行可以赋予申请者更多的贷款优惠条件。例如赋予其更多的还款方式选择权,无形中降低了申请者的贷款成本,并以优惠的政策鼓励了申请者保持良好的信用记录。

3. 从卡业务入手,搜集整理个人客户的信用资料。在中国信用体制还不是很健全的情况下,随着卡业务的快速成长,可以考虑从各种银行卡业务,特别是信用卡业务入手,来跟踪消费者取款或消费记录,以电子化生成日常交易的各类数据信息,增补客户资料,作为客户信息资源逐步建立起客户资料数据库。再结合客户开户时录入的基本资料,建立全面反映客户资信情况以及客户还款能力的数据库。

4. 重视个人信贷资料档案管理的硬件设施建设,完善法律环境。科技上要完善基础数据库的接口技术,加快数据平台建设,以扩大征信试点,互联互通,尽快实现数据共享系统的建设和全国主要城市征信体系的建设。同时尽快制定全国统一的个人征信体系法律法规,在明确信息披露规则的同时保护商业秘密和消费者个人隐私,促进个人征信体系发展;保护债权人金融资产权益,明确信贷消费者应承担的法律责任,将消费者信贷中的违约行为与其他项日常交易行为挂钩,在社会范围内强化信贷消费者的责任意识。

由于信用机构的建立还有待时日,商业银行为了化解信用风险,必须在其审批个人贷款的过程中扮演好信用机构的角色,将个人信用作为考查的重点,设立相关的个人信用档案,这里最为关键的就是建立专业化、规范化、初具规模的个人信用数据库,为信用管理打好基础,对已有借款人以及贷款申请人违约的可能性做出预测,并建立信用缺失的预警机制,一旦发生信用危机,就可以立即采取补救措施。这也要求各商业银行打破陈规,改变过去只有竞争没有合作的局面,充分合作,把各自掌握的个人信用档案共享,因为借款人可能同时不同的银行或者同一银行设立在不同地区的营业网点申请个人贷款,信息的共享使银行可以更加高效、准确地作出决策。

## (二)假按揭的防范

针对当前央行的政策提高了对房地产产业的贷款门槛,为了防止一部分的房地产商用“假按揭”的手段骗取银行信贷资金。首先,商业银行在与房地产开发商签订合作协议时就要进行严格的资信审查。要审查开发商是否合法成立、是否具有相应的开发房地产的资质、其资金是否充足、有无违约记录等等,要选择那些信誉好的、资金实力雄厚的开发商开展合作。其次,在贷款审查阶段,银行要加强对借款人的资信审查。要认真审查借款人的真实身份、家庭情况、工作单位、住址、联系方式、收入水平等情况,最好到借款人住所、工作单位实地调查核实。改进对购房人还款能力的评估方式。不但要求购房人提供收入证明,还应该要求提供单位证明、个人职位、学历、家庭收入等情况,更为客观、准确地对购房人的整体信用进行评估。不仅要借款人提供由开发商出具的首付款收款收据,还要要求其提供银行缴款凭证,以防开发商伪造。如果同一个单位的大量职工同时申请贷款购买同一楼盘的房屋,银行就要提高警惕,防范假按揭的产生。如果一个楼盘价格远高于同地段、同档次的其他楼盘,而销售又非常好的话同样也要引起银行的注意,这也是假按揭的一个显著特征。最后,在贷款的贷后管理上要积极关注借款人的还款情况,借款人一期未还款就要引起重视,找出原因,制定措施防止更大的损失。

## (三)银行操作风险的防范

1. 道德风险防范。要加强对经办人员的职业道德教育和业务素质教育,提高从业人员的政治素养、业务水平和风险意识。要经常组织一些与业务有关的金融、法律知识培训,建立一支专家型的、高素质的个人住房贷款业务队伍。

2. 鉴于个人消费贷款业务具有客户分散、数量众多的特点,商业银行各分支机构各自为政,分散经营的方式已不适应业务发展的要求,应该设立专门的机构来统一开展个人消费贷款业务。可以实现专业化、集约化的经营,可以把有限的信贷人力资源整合起来,集中办理个人消费贷款的受理、调查、审批、发放、贷后管理等全过程,提高了工作效率,实现了规模化经营。并且,通过集中开办业务也可以使经办人员积累大量经验,可以更快的发现业务开展中的问题和风险,避免损失。

3. 为了避免或减少贷款风险,提高银行经济效益,银行不仅要掌握贷款风险管理的技术方法,同时也需要加强贷款过程的内部控制,通过建立和健全银行内部贷款管理制度,防范贷款风险的发生。

为了确保贷款管理过程的科学化,银行应当按照“审贷分离”的原则,将贷款管理各个环节划分既相互独立、又相互制约的管理岗位,建立权力制衡机制,明确各自的职责。调查核实贷款申请书中所列情况是否真实、准确,调查借款人的合法性,了解借款人是否具有贷款的资格和条件;调查借款人申请贷款的用途、原因、分析、预测借款人偿还贷款的可能性;对贷款申请的贷与不贷、贷多贷少、期限长短、利率高低、贷款方式、贷款条件等提出审查意

见。

另外,可以在个人住房贷款业务中引入保险公司和担保公司,促进个人住房贷款风险的分散化。加大住房贷款保证保险制度的推广力度,将贷款风险转移给保险公司。这是国外住房金融发达国家通常的做法。同时,商业银行应根据客户的不同需求以及客户的资信水平,设计不同的产品,提供多元化贷款服务,推行多种还款手段。

此外,商业银行还应该积极拓宽思路,学习国外先进经验以减少个人住房贷款的风险,积极鼓励商业银行采取市场化的手段转移风险,在一些发达国家,商业银行通常将消费贷款打包出售或者进行证券化处理,将这些风险较高、流动性较差的资产在二级市场变现,较好地实现了资产负债、风险和收益的适当匹配。个人住房抵押贷款证券化起源于20世纪70年代的美国,经过30年的发展,个人住房抵押贷款证券化已经成为一种成熟的开发性金融产品。目前主要的发达国家和一些发展中国家都开展了这项业务。其中规模最大、体制最完善的仍然是美国。2003年底,个人住房抵押贷款债券总量已经达到2.4万亿美元,相当于美国国内生产总值的23%,是其金融市场上的第一大券种,它以抵押债权的未来现金受益为担保发行证券,从证券市场吸引资金用以支付购买证券化资产的价款,以证券化资产产生的现金流向证券投资者支付本息。中国个人住宅融资的渠道以商业银行中长期贷款为主,而商业银行的资金来源主要是短期存款,客观上存在期限匹配不一致的问题。开展个人住房抵押贷款证券化,可以调节商业银行短存长贷的结构匹配,缓解商业银行流动性压力,增强商业银行整体抗风险能力。

二、正确把握和控制个人消费贷款中的风险,必须防止三个方面的误区

1. 消费信贷和生产信贷的误区。以汽车消费信贷为例,在开展汽车消费信贷以前,如果一家企业或者个人,要想在银行得到一笔贷款,银行对这个企业或个人的调查是相当仔细的。要查这个企业数月甚至一两年的账目,看是否有亏损的记录或者有无诚信缺失的记录。如果有,贷款是拿不到的。个人贷款更严格,要有项目,要经可行性论证。此外,还要由有关当局批准。而汽车消费贷款业务开展以来,贷款手续简便了,特别是间客式的汽车消费贷款,由经销商代办,省去了贷款客户的许多麻烦。客户信誉度调查固然重要,但贷款用途、还贷来源的严格审查更具有现实意义。例如,前几年我们有些行步入了拓展消费贷款业务的误区,发放了不少诸如挖泥机、工程车抵押贷款,虽一度贷款余额大幅度攀升,但实践证明,由于客户经营状况的极不稳定导致了还款来源的不确定,以致于这些行每月贷款逾期贷款和不良率居高不下,成为客户经理们至今心中永远的痛,并因此影响到新业务的拓展。

现在汽车消费信贷观念的误区在于生产资料的信贷与消费信贷的条件一样,不加区别,脱离实际。产生的原因是间客式的模式,与银行脱节所造成的。能消费得起汽车的人是有一定经济实力和经济基础的。是代步工具,是



# 中小银行顾客价值管理研究

●周 双

**摘 要** 随着银行间的业务竞争愈加充分和全面,中小银行亟待提高自身顾客价值管理能力,以应对生存和发展的压力,实现稀缺金融资源效用的最大化和最优化。文章通过对中小银行的实地调研,以及顾客价值管理实践的研究,极力探索中小银行完善服务、突破管理的有效方案。

**关键词** 中小银行 顾客价值管理 现状分析 战略举措

中图分类号 F830.2 文献标识码 A

文章编号 1004-4914(2010)07-194-02

中小银行是中国经济的重要组成部分,其存在不仅有利于优化金融结构,降低金融系统风险,更有利于扶持中小企业健康发展,构建合理的经济结构。中小银行经营的核心是价值管理,以市场为导向,以顾客为中心,在非常有限的金融资源下寻求银行与顾客、银行与社会经济的协调发展。特殊的角色和意义都决定了中小银行必须迫切进行经营机制转化,对顾客价值实施深入管理。营销大师科特勒曾指出,顾客能够判断哪些供应品将提供最高价值。在一定的搜寻成本和有限的知识、灵活性及收入等因素的限定下,顾客是价值最大化的追求者。顾客价值是最适应中小银行的理论指导。很多银行都已经引入顾客价值的观念,但实践中也存在一些问题。笔者基于实地的调研和分析,对顾客价值在中小银行的实践予以剖析。

## 一、中小银行推行顾客价值管理的重要性

管理大师彼得·杜拉克早就提出,公司的首要任务就是“创造顾客”,即创造顾客价值,满足顾客需求,顾客将从他们认为提供最高顾客价值

的公司购买商品。顾客在购买某一特定的商品时,也许并没有实现顾客价值最大的愿望,使争取得到最大顾客价值的过程成为一个“试错”的过程,而这正是顾客价值管理的研究重点。大部分的中小银行都没有在服务过程中体现自身的价值,进而全面满足顾客的需求。

从对中小银行长期的调研看,影响顾客价值的直接因素依次是:办理业务的准确性、员工的服务态度、网点的营业环境、开办的业务品种、办理业务的速度。银行业务的实践表明,加强服务态度和办理业务的准确性是提高顾客价值的当务之急。很多顾客反映对银行开办的业务并不熟悉,特别是部分新业务和特色业务。这说明中小银行都很注意特色经营,但宣传的有效性又普遍不够,在价值传递环节没有做好顾客价值管理,对服务传递和宣传效果的事后评估存在疏漏,还没能形成银行和顾客的信息互动。在企业顾客的调查中,顾客对中小银行的服务方案普遍感到太过单一,严重复制和雷同,很难全面满足顾客的金融需要。这是中小银行研发环节短板的直接体现,也是顾客价值缺乏竞争优势的原因。

笔者认为,随着银行业进入大发展的时代,顾客争夺更趋激烈,中小银行自由发展的空间可能会更加缩小,必须深入防范新的威胁。这些威胁包括:一是优质顾客的流失。随着金融服务机构的增多,优质顾客对银行的服务依赖度将会下降,他们会有更多的选择。二是服务方式的演变。随着直接融资市场的扩张,银行传统的利差收入势必缩减,银行必须以新的方式创造自身利润,提供更为多样化的金融服务。三是竞争的边缘化。由于银行一直以来的同质化竞争,产品区分度低,银行规模始终是最具竞争力的因素,中小银行可能会日趋边缘化。要处理这些威胁必须寻求新的顾客价值,实现更好的顾客导向型服务。

为了办事快捷,提升企业形象和个人形象,不会受临时经济环境变化而影响还本付息。贷款购买生产资料,其中的风险性较大,在生产过程中,不确定性的因素很多。这些人完全是靠挣的钱还本付息,原来设想的条件稍有变化就会影响还本付息,造成大面积的欠款。其根源就是忽略了消费这个前提。

2. 有信与无信的误区。个人消费信贷业务中,人们往往忽略一个“信”字。在目前我国个人信用评估机制尚未建立起来,即便是有些银行或者说法院等机构和部门有一些人的信用记录,也是零散的,不集中不系统,很难一此来评价一个人的信用等级。在这种情况下,我们搞消费信贷业务,很难有所依凭。因此,在操作起来就很容易进如误区,即不分(也分不清)这个人信用程度的高低,只要申请消费贷款就帮助申请,这很容易形成不良贷款给银行及经销商带来风险。实际上应该重点调查贷款人的信用程度,有信用就放贷款,无信用就不放贷款。我们知道,市场经济本身就是信用经济,一个人或一个企业的信用是他们的珍贵的无形资产,在西方,如果一个人社会上失去了信用,他将寸步难行,再也无人与他有任何经济往来,而且,政府机关将收回这个人或企业的营业执照。因此,我们在办理消费信贷业务中,应当遵循有信则贷,无信就不贷的原则,保证消费信贷业务的健康发展。

3. 资信调查与核实的误区。个人消费贷款

具体的操作人员一直把对贷款人资产与信用情况的调查了解说成是“核实”。所谓核实,就是对贷款人所报告的资产情况核对与查实,看这个人说得是不是真的。这个词的惰性就在于:贷款人报告的资产情况我们查了,贷款人没有报告的情况就无法查对。也就是说,贷款人说有一处房产,他领你去了一处房产,如何保证这处房产是不是贷款人的呢?尽管要贷款人的户口簿,在农村里,有许多地方没有房产证和门牌号码,在这种情况下,连户口簿都无法证明这处房产是不是贷款人的财产。用核实来统率人们的行动,从某种意义上说,有点被贷款人牵着鼻子走的意思,这就束缚了工作人员的主观能动性。

要发展必须有创新,要创新必须勇于面对风险,发展与风险始终是一对矛盾共同体,这是一个不争的事实。但我们不能因为惧怕风险的产生而因噎废食、固步自封,只要我们从以上几个方面能正确认识、把握贷款风险,通过有效的措施来规避风险,就可以使风险降低到最小程度。

## 参考文献:

1. 刘建昌.个人消费信贷持续中国家庭债务比例超过美国.经济观察报,2004.10.31
2. 罗彩云.关于建立银行信息系统管理中心的设想.新金融,2002(12)
3. 高峰.关于建立我国个人信用档案制度

的若干思考.档案学通讯,2002(5)

4. 仲莉红.浅析房地产消费信贷现状.建筑经济,2003(10)
  5. 程虎.美国发展消费信贷的经验及其启示.新金融,2003
  6. 侯勇,黄黔.中美个人消费信用的比较分析.武汉金融,2003(8)
  7. 栗勤.消费信贷.中国审计出版社,2001
  8. 李晓程等.中国商业银行消费信贷存在的问题及应对策略.技术经济与管理研究,2003(3)
  9. 曹代福.中国消费信贷的制约因素及完善对策.南方金融,2003(6)
  10. 张兴胜,李志彬.中国住房消费信贷发展中的问题与思考.中国金融,2003(8)
  11. 杨炬,吴松巍.消费信贷所面临的问题及解决措施.金融广角,2003(9)
  12. 姚骞.中国消费信贷发展问题研究.前沿,2003(10)
  13. 何爱武,孙海波.商业银行消费信贷风险分析及对策.中国金融,2003(15)
  14. 涂永红.中国未来五年消费信贷发展趋势.财经网,2003
  15. 王征宇.建立中国消费信贷体系.财经网,2003
- (作者单位:厦门大学物理与机电工程学院 福建厦门 361000)

(责编:贾伟)